

Compliance

Die Zeitschrift für Compliance-Verantwortliche

November 2018

Inhalt



Aufmacher

Roundtable Compliance bringt HR-Praktiker auf den neuesten Stand

Vier zentrale Themen der HR-Compliance standen beim Roundtable am 12. September 2018 in den Räumlichkeiten der BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH in Frankfurt am Main im Mittelpunkt: Mitarbeiterüberwachung, Datenschutz im Licht der DSGVO, Pre Employment Screenings und die Anforderungen des Arbeitszeitgesetzes im digitalen Zeitalter. Auf Seite 2 haben wir einige Impressionen der Veranstaltung zusammengestellt.

Praxis

Praxis

Research



Digitalisierung hält HR-Compliance auf Trab
HR-Compliance ist vor allem auch angesichts der fortschreitenden Digitalisierung und vieler neuer technischer Möglichkeiten einem starken Wandel ausgesetzt. Dies zeigte sich deutlich als Bindeglied der vier Vorträge zum Roundtable HR-Compliance am 12. September in Frankfurt am Main.



Krisenkommunikation in der Lebensmittelbranche

Krisenkommunikation ist ein zentraler Bestandteil der Compliance. Sie kommt immer dann zum Zuge, wenn Compliance versagt hat. Sybille Geitel beschreibt, welchen Fallstricken speziell die Lebensmittelbranche ausgesetzt ist, und gibt eine Reihe nützlicher Hinweise, damit eine Compliance-Krise nicht auch zur kommunikativen Krise wird.



Unternehmen unterschätzen Herausforderungen der Zukunft

Automatisierung, Datensicherheit und geopolitische Konflikte: Den Unternehmen stehen in den kommenden Jahren große Herausforderungen bevor. Diese strategisch wichtigen Zukunftsthemen werden oft unterschätzt. Auch Compliance-Verantwortliche sollten um die Herausforderungen wissen.

Veranstaltungen

ANGEBOT COMPLIANCE-BERATER: TESTLESEN PRINT

Leistungen
3 Monate gratis
+ Zugang zur Online-Datenbank

08.11.2018 | Frankfurt am Main |
RdF-Workshop

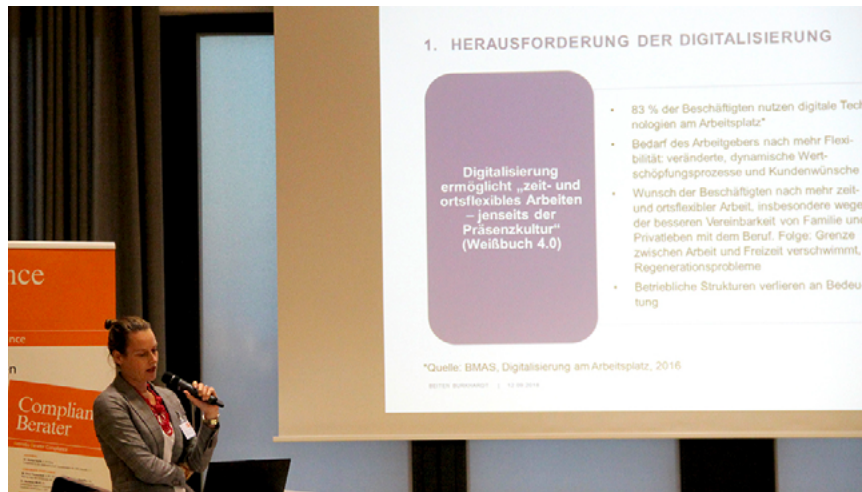
13.11.2018 | Frankfurt am Main |
Compliance Forum

15.01.2019 | Frankfurt am Main | Krisen-
kommunikation in der Lebensmittelbranche

21.01.2019 | Frankfurt am Main |
Presserechtsforum

Roundtable Compliance bringt HR-Praktiker auf den neuesten Stand

Vier zentrale Themen der HR-Compliance standen beim Roundtable am 12. September 2018 in den Räumlichkeiten der BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH in Frankfurt am Main im Mittelpunkt: Mitarbeiterüberwachung, Datenschutz im Licht der DSGVO, Pre Employment Screenings und die Anforderungen des Arbeitszeitgesetzes im digitalen Zeitalter. Mehr zu diesen Themen lesen Sie auf Seite 4 dieser Ausgabe.



Dr. Sarah Reinhardt-Kasperek brachte den Teilnehmern die Tücken des Arbeitszeitgesetzes in Zeiten der Digitalisierung nahe.



Mitarbeiterdaten und die DSGVO waren Kern des Vortrags von Roy A. Walsh.



Volker Stück beschrieb, wie sich Arbeitgeber verhalten sollten, die ihre Mitarbeiter kontrollieren möchten.



Die Teilnehmer des Roundtables HR-Compliance führten lebhafte Diskussionen untereinander und mit den Referenten.

Neue Herausforderungen für die Krisenkommunikation in der Lebensmittelbranche

Eine Veranstaltung von **ENGEL & ZIMMERMANN AG** UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR KOMMUNIKATION, **Compliance Berater** und **ZLR** Zeitschrift für das gesamte Lebensmittelrecht

Frankfurt am Main | Dienstag, 15. Januar 2019

- ab 09:00 Uhr **Registrierung und Begrüßung**
 Sybille Geitel (Vorstand Engel & Zimmermann AG)
 RA Torsten Kutschke (Gesamtverlagsleiter ZLR und Compliance Berater)
- 09:30 Uhr **Die Macht der neuen Meinungsmacher**
 Dr. Matthias Glötzner (Leitung Krisenteam, Engel & Zimmermann AG)
 • Veränderte Medienmechanismen und Tendenz zur Skandalisierung
 • Der Kampf um Aufmerksamkeit
 • Veranschaulichung der Medienlogiken anhand von Praxisbeispielen
- 11:00 Uhr Kaffee- und Kommunikationspause
- 11:30 Uhr **Best Practice: Krisenkommunikation**
 Ruth Fislage (Leitung Unternehmenskommunikation & PR, apetito AG)
- 12:30 Uhr Gemeinsames Mittagessen
- 13:30 Uhr **Tutorials: Wie Sie eine Krise überstehen**
 Tutorial 1: Training für den Ernstfall: Krisenübung „Erpressung“ (Sybille Geitel)
 Tutorial 2: Kommunikation mit dem Handel (Dr. Matthias Glötzner)
 Tutorial 3: Medientraining kompakt (Christoph Schmale)
- 14:30 Uhr **Rechtliche Aspekte der Krise**
 RAin Dr. Danja Domeier (domeierlegal)
 • Das nicht sichere Lebensmittel
 • Öffentlicher Rückruf oder stille Warenrücknahme?
 • Folgen bei nicht ausreichendem Tätigwerden von Unternehmen
- 15:30 Uhr Kaffee- und Kommunikationspause
- 16:00 Uhr **Social Media in der Krisenkommunikation**
 Christoph Schmale (Medientrainer, Engel & Zimmermann AG)
 • Krisenprävention/-management: Monitoring und Community-Management
 • Eskalationsstufen im Krisenfall
 • Praxisbeispiele: Social Media Krisen in der Lebensmittelindustrie
- 17:00 Uhr **Abschlussdiskussion und Get together**



Sybille Geitel



Torsten Kutschke



Dr. Matthias Glötzner



Ruth Fislage



Dr. Danja Domeier



Christoph Schmale

Herausforderung Krisenkommunikation

Die Kommunikation von Unternehmen mit ihren vielfältigen internen und externen Anspruchsgruppen stellt im Krisenfall eine besondere Herausforderung dar:

- Zeit ist im Krisenfall ein knappes Gut. Entscheidungen müssen rasch getroffen und zeitnah kommuniziert werden. Internet und soziale Medien erschweren es erheblich, die Kommunikation aktiv zu steuern und nicht bloß zu reagieren. Gefordert ist die schnelle, offene und glaubwürdige Information.
- In der Krise herrscht besondere Betroffenheit – innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Besonders emotional wird es, wenn die Gesundheit oder das Leben von Menschen in Gefahr ist. Diese Situation erfordert ein außergewöhnliches Maß an Belastbarkeit und Sensibilität der handelnden Personen.
- Eine einzige sympathische (aber auch unglückliche) Äußerung kann maßgeblich über die Entwicklung bzw. den Ausgang einer Krisensituation entscheiden.

Krisenkommunikation in der Lebensmittelbranche: Seminarinhalte

Die Veranstaltung beleuchtet welche Dynamiken im Krisenfall greifen. Mit welchen Akteuren ist zu rechnen, wenn das Unternehmen mit einer Produkt-, Unternehmens- oder auch Social Media-Krise konfrontiert wird? Wie muss sich ein Unternehmen aufstellen, um einer kritischen Öffentlichkeit erfolgreich zu begegnen? Zahlreiche Praxisbeispiele aus der Lebensmittelwirtschaft demonstrieren, dass Nuancen in der Kommunikation für eine erfolgreiche Krisen-PR entscheidend sein können. Abgerundet wird die Veranstaltung durch die ergänzende Einschätzung aus rechtlicher Perspektive.

Medienpartner:

afz allgemeine
fleischer zeitung

agrارzeitung
Wirtschaft für die Landwirtschaft
**Lebensmittel
Zeitung**

FLEISCHWIRTSCHAFT

Veranstaltungsort:

Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstr. 251
60326 Frankfurt am Main

ENGEL & ZIMMERMANN AG
UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR KOMMUNIKATION

Teilnahmegebühr:

349,00 Euro (zzgl. Mehrwertsteuer) öffentlicher Dienst
549,00 Euro (zzgl. Mehrwertsteuer) Abonnenten eines Mediums
der dfv Mediengruppe
699,00 Euro (zzgl. Mehrwertsteuer) Normalpreis
Die Teilnahmegebühr bitten wir nach Erhalt der Rechnung zu überweisen.

Rabatte:

So sparen Sie intelligent:

Frühbucherrabatt

5 % bis Buchung zum 1. November 2018.

Mehrbucherrabatt

5 % bei Anmeldung von 3 oder mehr Teilnehmern einer Kanzlei/einer Institution/einer Behörde/einer Kammer ab dem 3. Teilnehmer (unabhängig vom Frühbucherrabatt).

Anmeldeschluss:

Eine frühzeitige Anmeldung wird empfohlen,
Anmeldeschluss ist der 10. Januar 2019.

Stornierung:

Die Anmeldung ist übertragbar. Bei Stornierung bis zum 4. Januar 2019 (Eingangsdatum) wird eine Bearbeitungsgebühr von 50,00 Euro zzgl. MwSt. erhoben. Danach ist die volle Teilnahmegebühr zu entrichten.

Hotelempfehlung:

Mövenpick Hotel Frankfurt City
Den Haager Straße 5,
60327 Frankfurt
Tel.: 069 7880750

Motel One Frankfurt-Messe
Europa-Allee 25,
60327 Frankfurt
Tel.: 069 66124530

Weitere Informationen:

Wir sind berechtigt, unsere Veranstaltungen aus wichtigem Grund abzusagen oder zeitlich zu verschieben, insbesondere bei unzureichender Teilnehmerzahl oder Absage bzw. Erkrankung der Referenten. Die Teilnehmer werden hiervon umgehend schriftlich oder per E-Mail in Kenntnis gesetzt. Bereits gezahlte Gebühren werden zur Teilnahme an anderen Veranstaltungen gutgeschrieben oder zurückerstattet. Ein weiterer Schadensersatzanspruch besteht nicht, außer in Fällen von Vorsatz und grober Fahrlässigkeit.

zurück per Fax: 069 7595 1150

www.ruw.de/krisenmanagement

Name/Vorname

Kanzlei/Firma

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Kunden-/Abonummer

Datum/Unterschrift

Sie haben noch kein Abo?

Ich möchte die

☐ ZLR (für € 589,00 inkl. MwSt
und Versandkosten),

☐ den Compliance-Berater (für € 489,00 inkl. MwSt
und Versandkosten)

im jährlichen Abonnement beziehen.

Das Jahresabonnement verlängert sich jeweils
um 1 Jahr, wenn es nicht 3 Monate zum Ende des
Bezugszeitraumes gekündigt wird.

Kontakt

Deutscher Fachverlag GmbH · Torsten Kutschke · Gesamtverlagsleiter ZLR und Compliance Berater
Mainzer Landstraße 251 · 60326 Frankfurt · Tel: 069 7595 1151 · Fax: 069 7595 1150 · Torsten.Kutschke@dfv.de

Digitalisierung hält HR-Compliance auf Trab

HR-Compliance ist vor allem auch angesichts der fortschreitenden Digitalisierung und vieler neuer technischer Möglichkeiten einem starken Wandel ausgesetzt. Dies zeigte sich deutlich als Bindeglied der vier Vorträge zum Roundtable HR-Compliance am 12. September in Frankfurt am Main – auch wenn die in den Vorträgen zur HR-Compliance behandelten Teilbereiche der Mitarbeiterüberwachung, des Datenschutzes, des Pre Employment Screenings und des Arbeitszeitgesetzes sehr unterschiedlich waren.

Den Auftakt zur Veranstaltung in den Räumlichkeiten der BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH machte Volker Stück, der seit Oktober Senior Expert Arbeitsrecht und Mitbestimmung bei der BWI GmbH in Bonn ist. Anhand einschlägiger Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts zeichnete er ein Bild davon, wie sich Arbeitgeber verhalten sollten, die ihre Mitarbeiter dauerhaft oder in bestimmten Situationen kontrollieren möchten – ohne dabei inkompliant zu sein. Denn wenn der Arbeitgeber etwa durch unverhältnismäßige Maßnahmen Persönlichkeitsrechte des Mitarbeiters verletzt, läuft er schnell Gefahr, dass Beweise, die zum Beispiel für eine Kündigung sprechen, vor Gericht nicht verwertet werden dürfen. Das gelte auch bei einer lückenlosen Überwachung des Arbeitnehmers durch eine Keylogger-Software mit der alle Tastaturanschläge und regelmäßige Screenshots erfasst werden. In solchen Fällen helfe es auch nicht, den Mitarbeiter darüber zu informieren, dass er in dieser Art und Weise „überwacht“ wird. Stück riet dazu, dass Arbeitgeber sich immer die Frage stellen sollten, ob es mildere Mittel gibt, das (Kontroll-)Ziel zu erreichen. Dabei gelte es aber nicht nur, Beweisverwertungsverbote in arbeitsgerichtlichen Prozessen zu vermeiden, sondern auch, den Datenschutz zu wahren. Denn gerade technische Überwachungsmaßnahmen generieren eine Vielzahl von Mitarbeiterdaten.

Mitarbeiterdaten waren Kern des Vortrags von Roy A. Walsh, Regional Compliance Manager EMEA bei der GfK SE in Nürnberg. Was HR-Verantwortliche zur DS-GVO wissen und schnellstmöglich umsetzen müssen, beschrieb er anschaulich an Beispielen aus seiner täglichen Berufspraxis. Walsh warnte eindringlich davor, die DS-GVO nicht ernst zu nehmen: „Verlassen Sie sich nicht darauf, dass nichts passiert, nur weil bisher nichts passiert ist.“ Neu im Datenschutz sei, dass es nicht mehr reiche „sauber“ zu sein. „Sie müssen auch zeigen können, warum Sie sauber sind“, spielte Walsh auf die Dokumentationspflichten an. Auch die Information der Mitarbeiter darüber, welche ihrer Daten zu welchem Zweck erhoben werden, müsse unbedingt erfolgen. „Das geht am einfachsten über das Intranet“ riet Walsh. In den meisten Unternehmen schon längst Praxis sei die Unterzeichnung von Arbeitnehmer-Verpflichtungserklärungen. Die seien zwar nur im Fall der Auftragsverarbeitung explizit vorgeschrieben, „ergeben sich aber indirekt auch aus der Pflicht die Maßnahmen zur Einhaltung des Datengeheimnisses belegen zu können“, erklärte



Dr. Sarah Reinhardt-Kasperek begrüßte die Teilnehmer des Roundtables in Frankfurt.

Walsh. Eine gute Mustererklärung zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Anforderungen nach der DS-GVO finde sich zum Beispiel auf der Website des Bayerischen Landesamts für Datenschutzaufsicht. Schließlich seien aber auch Schulungen der Mitarbeiter unabdingbar, so Walsh.

Das Thema Daten führte wie ein roter Faden auch durch den Vortrag von Torsten Krumbach, Compliance Officer der Bosch Sicherheitssysteme GmbH in Grasbrunn. Er sprach zur Zulässigkeit sowie den Möglichkeiten und Grenzen von Bewerberprüfungen. Vorbild für Pre Employment Screenings könnten die Know-your-Customer-Prüfungen sein, die von Kreditinstituten und Versicherungen verpflichtend durchgeführt werden müssen, so Krumbach. Eine Art „Know-your-Employee“-Prinzip kenne bereits jetzt der UK Bribery Act, der von einem „appropriate level of due diligence“ in Bezug auf Einstellungsverfahren spricht. Nachforschungen sind also durchaus opportun. Ihre Intensität sollte in Relation zu der Aufgabe stehen, die der zukünftige Mitarbeiter im Unternehmen wahrnehmen soll. Je mehr Befugnisse dem künftigen Mitarbeiter eingeräumt

werden, umso genauer sollte der HR-Verantwortliche ihn unter die Lupe nehmen. Bosch hat daher ein mehrstufiges Pre Employment Screening entwickelt, das genau auf diese unterschiedlichen Informationsbedürfnisse eingeht. Vieles ergebe sich schon aus den Bewerbungsunterlagen selbst. „Zeugnisse von unbekannten Universitäten, Ungereimtheiten bei den im Lebenslauf angegebenen Daten – das sollte für Sie Anlass sein, genauer hinzusehen“, riet Krumbach.

Gastgeberin Dr. Sarah Reinhardt-Kasperek, von BEITEN BURKHARDT München, brachte den Teilnehmern schließlich die Tücken des Arbeitszeitgesetzes (ArbZG) in Zeiten der Digitalisierung nahe. Durch das zeit- und ortsflexible Arbeiten, das durch die Digitalisierung möglich wird, sei die Grenze zwischen Arbeit und Freizeit fließend. Verstöße gegen das Arbeitszeitgesetz seien damit nahezu vorprogrammiert. „Kommt es zu Verstößen wird es zwar nicht so teuer wie bei der Missachtung von Datenschutzbestimmungen. Aber Bußgelder von bis zu 15.000 EUR pro Verstoß können das Unternehmen auch empfindlich treffen“, warnte Reinhardt-Kasperek. Das Dilemma zwischen der eigentlich gewünschten Flexibilisierung und den starren rechtlichen Vorgaben hat der Gesetzgeber inzwischen erkannt und zumindest in seinem Weißbuch Arbeiten 4.0 aufgegriffen. *chk*

IMPRESSUM

Verlag
Deutscher Fachverlag GmbH, Mainzer Landstraße 251,
60326 Frankfurt am Main
Registrierungsamt AG Frankfurt am Main HRB 8501
UStIdNr. DE 114139662

Geschäftsführung: Angela Wisken (Sprecherin), Peter Esser, Markus Gotta, Peter Kley, Holger Knapp, Sönke Reimers
Aufsichtsrat: Klaus Kottmeier, Andreas Lorch, Catrin Lorch, Peter Ruß
Redaktion: Christina Kahlen-Pappas (verantwortlich),
Telefon: 069 7595-1153, E-Mail: christina.kahlen-pappas@dfv.de
Verlagsleitung: RA Torsten Kutschke,
Telefon: 069 7595-1151, E-Mail: torsten.kutschke@dfv.de
Anzeigen: Lena Moneck, Telefon: 069 7595-2713, E-Mail: lena.moneck@dfv.de

Mitherausgeber:

BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Fachbeirat: Gregor Barendregt, Carl Zeiss AG; Andrea Berneis, thyssenkrupp Steel Europe AG; Ralf Brandt, divien patch Beteiligungs GmbH; Otto Geiß, Fraport AG; Mirko Haase, Hilti Corporation; Dr. Katharina Hastenrath, Frankfurt School of Finance & Management; Olaf Kirchhoff, Mitutoyo Europe GmbH; Torsten Krumbach, Bosch Sicherheitssysteme GmbH; Dr. Karsten Leffrang, Getrag; Prof. Dr. Bartosz Makowicz, Europa-Universität Viadrina Frankfurt/Oder; Thomas Muth, Corpus Sireo Holding GmbH; Dr. Dietmar Prechtel, Osram GmbH; Dr. Alexander von Reden, BSH Hausgeräte GmbH; Jörg Siegmund, Getzner Textil AG; Elena Späth, AXA Assistance Deutschland GmbH; Dr. Martin Walter, selbstständiger Autor, Berater und Referent für Compliance-Themen; Heiko Wendel, Rolls-Royce Power Systems AG; Dietmar Will, Audi AG.

Jahresabonnement: kostenlos
Erscheinungsweise: monatlich (10 Ausgaben pro Jahr)
Layout: Uta Struhalla-Kautz, SK-Gratik.de

Jede Verwertung innerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.
Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. Mit der Annahme zur Alleinveröffentlichung erwirbt der Verlag alle Rechte, einschließlich der Befugnis zur Einspeicherung in eine Datenbank.

© 2018 Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt am Main

Unerlässliche Arbeitshilfe



Inhalt

- Umfassende Darstellung zu Cyber-Security für das deutsche Recht
- Erstmals unter Einbezug aller relevanten Rechtsbereiche: IT-Sicherheit, Datenschutz, Gesellschaftsrecht, M&A, Versicherungen, Compliance, Aufsichtsrecht, Arbeitsrecht, Litigation
- Vergleichende Länderberichte zu USA, UK und China
- Praktische rechtsgebietsübergreifende Checklisten
- Geeignet für Wissenschaft und Praxis

Autoren und Herausgeber

- Dr. **Detlev Gabel** ist Rechtsanwalt und Partner im Frankfurter Büro von White & Case LLP. Er leitet dort die europäische Praxisgruppe Data, Privacy & Cyber-Security.
- Dr. **Tobias Heinrich** ist als Partner bei White & Case LLP Frankfurt im Bereich Mergers & Acquisitions tätig. Er berät Unternehmen und strategische Investoren bei nationalen und grenzüberschreitenden M&A-Transaktionen, Joint Ventures und strategischen Kooperationen.
- Dr. **Alexander Kiefner** ist Partner im Frankfurter Büro von White & Case LLP und berät Unternehmen in allen Fragen des Gesellschaftsrechts mit Schwerpunkten im Aktien- und Konzernrecht unter Einschluss der kapitalmarktrechtlichen Bezüge.

Ja, ich bestelle – per Fax unter 08581 754 oder auf www.shop.ruw.de

Expl. **Rechtshandbuch Cyber-Security**

IT-Sicherheit, Datenschutz, Gesellschaftsrecht, M&A, Versicherungen, Compliance, Aufsichtsrecht, Arbeitsrecht, Litigation

2018, Kommunikation & Recht, Handbuch, ca. 300 Seiten, Kt., ISBN: 978-3-8005-0012-3

ca. € 89,-

Weitere Informationen:



Name | Firma | Kanzlei

E-Mail

Straße | Postfach

PLZ | Ort

Datum | Unterschrift

Hinweise zur Orientierung vor und in der Krise

- Optionen abwägen: Im Krisenfall sollten Unternehmen systematisch analysieren, welche kommunikativen Möglichkeiten sie haben. Wenn sehr viele Unternehmen an einem Vorfall beteiligt sind, ist es empfehlenswert, zurückhaltend aufzutreten und sich nicht öffentlich zu positionieren, wenn man medial nichts Positives anzubieten hat. Wer jedoch alleine betroffen ist, für den kann es zwingend sein, aufmerksamkeitsstark dagegenzuhalten.
- Widersprüchliche Aussagen checken: Risiken bergen zum Beispiel Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsberichte, die vor dem Druck unbedingt kritisch hinterfragt werden sollten.
- Trainings für den Ernstfall: Kameragestützte Medientrainings helfen, unter hohem Druck souverän zu bleiben und die Botschaften glaubwürdig zu vermitteln. Auch die Mitarbeiter (z. B. Sekretariate oder die Pforte), bei denen Journalisten auflaufen können, sollten geschult werden. Der Krisenstab kann sich im Rahmen einer Simulation auf den Ernstfall vorbereiten.
- Stakeholderansprache definieren: Unternehmen sollten sich im Vorhinein Gedanken machen, welche Anspruchsgruppen in welcher Informationstiefe gebrieft werden müssen. So sind beispielsweise für den eigenen Aufsichtsrat mehr Details erforderlich als für Gesellschafter, Abteilungsleiter, Mitarbeiter oder die breite Öffentlichkeit. Wer mit einer NGO kooperiert, sollte auch diese als wichtigen Stakeholder nicht vergessen zu informieren.
- Konsistente Botschaften definieren: Es ist wichtig, Kernbotschaften zu definieren, die entweder aktiv platziert oder reaktiv nach außen gegeben werden können. Die Argumentation muss konsistent sein, ansonsten verlieren die Aussagen an Glaubwürdigkeit.

Krisenkommunikation in der Lebensmittelbranche

Krisenkommunikation ist ein zentraler Bestandteil der Compliance. Sie kommt immer dann zum Zuge, wenn Compliance versagt hat. Davon kann derzeit vor allem die Automobilindustrie ein Lied singen. Mediale Aufmerksamkeit verschaffen sich aber auch immer wieder Skandale in der Lebensmittelbranche. Sybille Geitel beschreibt im Compliance-Berater Ausgabe 10/2018 welchen Fallstricken speziell die Lebensmittelbranche ausgesetzt ist, und gibt eine Reihe nützlicher Hinweise, damit eine Compliance-Krise nicht auch zur kommunikativen Krise wird. Lesen Sie hier einen Auszug mit den wichtigsten Fakten.



Vorbereitet sein: „Das schafft in der Krise Luft und Gelassenheit.“

Große, öffentlich gewordene „Skandale“ wie mit Fipronil belastete Eier, Ekelzustände in Großbäckereien oder Preisabsprachen von Bierherstellern zeigen: Es gibt eine Vielzahl von Anspruchsgruppen – insbesondere Medien, NGOs, Politik –, die die Branche sehr genau beobachten und versuchen, sich mit ihren Themen in diesem Umfeld zu positionieren.



Sybille Geitel ist Vorstand und Partnerin der Engel & Zimmermann AG, Unternehmensberatung für Kommunikation in Gauting bei München. Sie berät Unternehmen im Bereich der Wirtschafts- und Markenkommunikation sowie des strategischen Krisenmanagements – hier mit dem Schwerpunkt auf Compliance-Fälle.

Die exponierte Wahrnehmung der Branche erklärt Sybille Geitel mit dem simplen Fakt, dass jeder von uns auf Nahrung angewiesen ist: „Das Thema Essen betrifft uns alle. Der Verbraucher ist auf Produkte angewiesen, die er im Supermarkt, beim Metzger oder im Restaurant kauft. Man begibt sich in gewisser Weise in eine Abhängigkeit von Unternehmen und will sich darauf verlassen, dass diese Produkte in jeder Hinsicht den eigenen Vorstellungen entsprechen – geschmacklich und qualitativ, aber zunehmend auch unter Berücksichtigung ethischer Gesichtspunkte.“ Hinzu

komme, dass sich in den vergangenen Jahren die Rahmenbedingungen sowohl in den Medien als auch in der Lebensmittelbranche verändert haben. Neue Medien, soziale Netzwerke, verbreiten Skandalmeldungen schnell und oft ungeprüft. NGOs hätten gleichzeitig gelernt, Skandalisierungen PR-wirksam für ihre Zwecke zu nutzen, so Geitel. Zudem habe der Verbraucherschutz einen höheren Stellenwert, ebenso wie das Tierwohl und die Nachhaltigkeit. Dies alles habe auch zur Folge, dass der Verbraucher heute kritischer und sensibler sei und dass er durch die Vielzahl an (vermeintlichen) Skandalen, die in die Öffentlichkeit dringen, ein latentes Misstrauen gegenüber „der Lebensmittelwirtschaft“ und den Kontrollen habe.

Bei der Krisenkommunikation gehe es daher auch bei weitem nicht nur darum, ob das Unternehmen sich rechtmäßig verhalten hat. Anwälte und Kommunikationsprofis müssten an einem Strang ziehen: „Eine durchdachte Strategie hilft, den Imageschaden zu minimieren und die Krise mit einer moderaten und zeitlich überschaubaren Negativ-Berichterstattung zu überstehen.“

Jede Krise ist einzigartig, doch Geitel nennt eine Reihe nützlicher Hinweise zur Orientierung (siehe Kasten „Hinweise zur Orientierung vor und in der Krise“). Einige davon können – und sollten – präventiv angegangen werden, also schon bevor es zum Ernstfall kommt. „Das schafft in der Krise Luft und Gelassenheit, um unter Druck die richtigen Entscheidungen treffen zu können“, beschreibt Geitel den Nutzen.

chk

Mehr zum Thema erfahren Sie am 15. Januar 2019 in Frankfurt a. M. beim Seminar **Neue Herausforderungen für die Krisenkommunikation in der Lebensmittelbranche**.

Als Leser von „Compliance“ erhalten Sie **hier** den Zugang zum ausführlichen Beitrag von Sybille Geitel „Food-Compliance: Herausforderungen an die Kommunikation in der Lebensmittelbranche“ in der Ausgabe 10/2018 des Compliance-Beraters.

Unternehmen unterschätzen Herausforderungen der Zukunft

Automatisierung, Datensicherheit und geopolitische Konflikte: Den Unternehmen stehen in den kommenden Jahren große Herausforderungen bevor. Diese strategisch wichtigen Zukunftsthemen werden zwar von fast allen Branchen erkannt, jedoch oft unterschätzt. Auch Compliance-Verantwortliche sollten um die Herausforderungen wissen.



Datenexplosion: Experten rechnen damit, dass bereits im Jahr 2019 zwei Zettabyte an Daten übertragen werden.

Der deutschen Wirtschaft geht es so gut wie schon lange nicht mehr. Im Jahr 2017 stieg das Bruttoinlandsprodukt um 2,2 Prozent – das stärkste Wachstum seit sechs Jahren. Auch für 2018 wird ein kräftiger Zuwachs von 1,8 Prozent erwartet. Trotzdem wird die Zukunftsfähigkeit der deutschen Wirtschaft durch globale Herausforderungen und technologische Entwicklungen zunehmend infrage gestellt. Diese werden von den Unternehmen zwar erkannt, aber bislang von fast allen Branchen unterschätzt. Das zeigt der **Future Readiness Index** von KPMG. Dafür haben wir über 600 Geschäftsführer, Vorstände und Chef-Strategen in zwölf Schlüsselbranchen gefragt, wie sie sich mit Blick auf die Zukunftsfähigkeit ihrer Organisation selbst einschätzen und welche Entwicklungen für sie die größte Relevanz haben.

Immer mehr Produktionsprozesse gehen vom Menschen auf intelligente Systeme über. Arbeitsabläufe müssen standardisiert, Ängste abgebaut und Mitarbeiter in der Zusammenarbeit mit Robotern geschult werden. Gleichzeitig lösen Automatisierung und Digitalisierung eine regelrechte Datenexplosion aus. Experten rechnen damit, dass bereits im Jahr 2019 zwei Zettabyte, also zwei

Milliarden Terabyte, an Daten übertragen werden. Diese unvorstellbar große Menge an Informationen ist für die Unternehmen ein wertvolles Gut: Die Massendaten ermöglichen es, mehr über die tatsächlichen Bedürfnisse der Kunden zu erfahren



Priv.-Doz. Dr. habil. Heiko von der Gracht ist Senior Manager, Advisory, bei der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und einer der führenden Experten für Zukunftsforschung in Deutschland. Das Handelsblatt zählt ihn in seinem Betriebswirte-Ranking 2014 zu den Top 100 der forschungstärksten Wissenschaftler im deutschsprachigen Raum.

und sich zu Quantified Enterprises zu entwickeln, die aus der intelligenten Analyse der Daten quasi in Echtzeit neue Erkenntnisse und Werte schaffen. Zugleich gehen damit aber auch beträchtliche Risiken und Kosten im Datenschutz und bei der Absicherung vor Cyberangriffen einher. Und das in einer Welt, in der die geopolitischen Spannungen immer mehr zunehmen. Konflikte und Krisen treiben die Weltmarktpreise für Rohstoffe in die Höhe. Global agierende Unternehmen sollten ihre Lieferketten möglichst flexibel ausrichten und darauf

achten, kritische Rohstoffe über mehrere Lieferanten in möglichst unterschiedlichen Weltregionen zu beziehen.

Die beschriebenen Entwicklungen haben gravierende Auswirkungen auf die Wirtschaft. Trotzdem stufen nur 46 Prozent der Umfrageteilnehmer die Automatisierung als große Herausforderung für die nächsten fünf Jahre ein. Den Themen Datenexplosion (42 Prozent), Unternehmenssicherheit (39 Prozent) und geopolitische Spannungen (21 Prozent) schenken sogar noch weniger Branchenscheiter die entsprechende Beachtung.

Nachhaltigkeit und demografischer Wandel werden hingegen von den Akteuren der deutschen Wirtschaft schon heute sehr ernst genommen. Kunden und Investoren fordern vermehrt Energie- und Ressourceneffizienz. Klimaschutz und ein verantwortlicher und fairer Umgang mit Menschen entlang globaler Wertschöpfungsketten werden zu strategischen Faktoren. Zehn der zwölf untersuchten Schlüsselbranchen erachten den immer größeren Stellenwert von Umwelt- und Sozialthemen so auch als eine ihrer fünf wichtigsten Herausforderungen für die nahe Zukunft. Bei acht Branchen rangiert das Thema sogar unter den Top 3 ihrer Agenda.

Dem demografischen Wandel wird innerhalb der deutschen Wirtschaft sogar noch mehr Bedeutung beigemessen. Neun von zwölf der untersuchten Sektoren sehen darin eine der drei größten Herausforderungen für die Zukunft. Die Geburtenrate ist in Deutschland geringer als die Sterberate. Die Bevölkerung schrumpft und das Durchschnittsalter steigt. Die Anzahl der Personen im erwerbsfähigen Alter geht zurück. Gleichzeitig verändern sich in einer alternden Gesellschaft nicht nur die Bedürfnisse der Kunden, sondern auch die der Arbeitnehmer. Das betrifft besonders Unternehmen aus der Fertigungs- und Automobilindustrie, da hier Tätigkeiten mit schwerer körperlicher Arbeit überwiegen. Zugleich bietet in diesen Bereichen aber auch die Automatisierung große Chancen – etwa durch den unterstützenden Einsatz von Robotern und intelligenten Assistenzsystemen.

Insgesamt zeigt der Future Readiness Index, dass bei den Unternehmen aktuell noch folgendes Bewusstsein vorherrscht: „Never change a winning system!“ „Quergedachte“ Produkte und Services werden von den etablierten Unternehmen oft den Start-ups oder Branchenfremden überlassen. Angesichts rasanter Neuerungen dürfte ein Ausruhen auf den Erfolgen von gestern jedoch gefährlich sein. Denn Technologien wie Künstliche Intelligenz, Roboter oder das Internet der Dinge haben das Potenzial, völlig neue Wirtschaftsstrukturen und Geschäftsmodelle hervorzubringen. In einer Circular Economy – einer Kreislaufwirtschaft – werden beispielsweise keine Güter, sondern Dienstleistungen angeboten. Gebrauchte Produkte werden zurückgewonnen und neu aufbereitet. Das spart Ressourcen und schützt vor explodierenden Rohstoffpreisen auf dem Weltmarkt.

Dr. Heiko von der Gracht